

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dinamika era moderen yang serba cepat, beriringan dengan tingginya tekanan pekerjaan serta populasi di wilayah perkotaan, telah mengubah preferensi gaya hidup masyarakat di berbagai belahan dunia. Kondisi ini mendorong pertumbuhan signifikan pada sektor wisata berbasis alam (*nature-based tourism*) dan wisata kebugaran (*wellnes tourism*). Konsumen kini cenderung mencari pelarian (*escape*) ke destinasi yang menawarkan ketenangan dan udara segar. Perkembangan teknologi informasi juga telah mengubah cara industri pariwisata beroperasi, di mana digitalisasi memaksa pengelola destinasi untuk lebih kompetitif dalam menarik minat wisatawan yang kini memiliki akses informasi tanpa batas.

Tren berkemah di indonesia telah bertransformasi dari aktifitas pecinta alam yang sederhana menjadi gaya hidup populer melalui konsep *glamping* (*glamours camping*) dan *camping ground* keluarga. Kabupaten Bogor, khususnya disekitar wilayah kaki Gunung Salak tetap menjadi primadona karena aksesibilitasnya dari ibu kota. Namun, tingginya permintaan ini memicu persaingan yang sangat ketat antar pengelola lahan perkemahan. Dalam kondisi pasar yang jenuh, wisatawan menjadi sangat selektif. Keputusan mereka tidak lagi hanya bergantung pada keindahan alam, tetapi juga dipengaruhi oleh strategi harga yang kompetitif, kualitas pelayanan yang menjamin kenyamanan, serta kemudahan akses atau lokasi yang strategis.

Puncak Halimun Camp merupakan salah satu destinasi yang menawarkan keindahan pemandangan pegunungan di kawasan Bogor. Meskipun memiliki potensi alam yang besar, objek wisata ini menghadapi tantangan dalam mempertahankan dan meningkatkan jumlah pengunjung di tengah bermunculannya kompetitor baru dengan fasilitas serupa. Berdasarkan hasil observasi awal, teridentifikasi 15 kompetitor utama di kawasan Bogor yang

memiliki karakteristik pasar yang serupa dengan Puncak Halimun Camp, dapat dilihat pada Tabel 1.1.

Tabel 1.1 Wisata Camp Wilayah Bogor

NO	NAMA TEMPAT CAMP	HARGA RATA-RATA	LOKASI
1	Taneuh Polaris	Rp.150.000 - Rp.350.000	Jl.Raya Cihideung No.133, Cijeruk, Bogor
2	D'Jungle Private Camp	Rp.60.000 - Rp.100.000	Megamendung, Kec.Megamendung, Bogor
3	Pasir Angin Camp Site	Rp.30.000 - Rp.50.000	Kp.Pondok Rawa, Tugu Utara, Kec.Cisarua, Bogor
4	Gunung Geulis Camp Site	Rp.150.000 - Rp.500.000	Jl.Raya Pasir Angin, Pandansari, Kec.Megamendung, Bogor
5	Pondok Kapilih Pancawati	Rp.50.000 - Rp.65.000	Jl.Pancawati, Pancawati, Kec.Caringin, Bogor
6	Puncak Halimun Camp	Rp.40.000 - Rp.65.000	Pancawati, Kec.Caringin, Bogor
7	Lingkung Gunung Adventure Camp	Rp.75.000 - Rp.100.000	Kp.Pancawati, Pancawati, Caringin, Bogor
8	Camping Ground Gunung Salak	Rp.35.000 - Rp.60.000	Jl.Desha Gunung Bunder 2, Kec.Pamijahan, Bogor
9	Curug Cihurang	Rp.30.000 - Rp.50.000	Gn.Picung, Kec.Pamijahan, Bogor
10	Bukit Si Kabayan	Rp.25.000 - Rp.45.000	Jl.Pasir Reungit, Gn.Bunder 2, Pamijahan, Bogor
11	Lembah Salak Camping Ground	Rp.40.000 - Rp.75.000	Tajur Halang, Kec.Cijeruk, Bogor
12	Gayatri Mountain Adventure	Rp.50.000 - Rp.250.000	Kp.Citeko Panjang RT 03/09, Desa Citeko, Cisarua, Bogor
13	Highland Camp	Rp.65.000 - Rp.200.000	Jl.Situhang, Megamendung, Kec.Megamendung, Bogor
14	Gunung Pancar	Rp.200.000 - Rp.300.000	Kp.Ciburial, Karang Tengah, Kec.babakan Madang, Bogor
15	Eagle Hill Camp Mega Mendung	Rp.200.000 - Rp.400.000	Jl.Al-Barokah, Mega Mendung, Kec.Megamendung, Bogor

Sumber : *Google website* (2026)

Berdasarkan data diatas, Puncak Halimun Camp berada di tengah persaingan yang ketat. Keputusan pembelian atau keputusan para wisatawan dalam memilih objek wisata dipengaruhi oleh beberapa faktor penting. Seperti faktor harga, kualitas pelayanan, lokasi dan media sosial. Wisatawan umumnya melakukan perbandingan antara tarif sewa lahan atau tenda dengan fasilitas yang ditawarkan. Apabila dinilai tidak sebanding dengan kualitas yang didapatkan calon pengunjung, maka pengunjung akan lebih cenderung beralih ke objek wisata lain.

Kemudian bila dilihat tabel 1.1 pada No 6 Puncak Halimun Camp terkait harga masih terjangkau bila dibandingkan dengan yang lain. Faktor berikutnya adalah Kualitas Pelayanan, meskipun konsep wisata yang ditawarkan berbasis alam, standar pelayanan seperti sikap ramah karyawan, fasilitas yang di dapatkan dan kecepatan respons pengelola tetap menjadi ukuran kenyamanan bagi para pengunjung.

Selanjutnya lokasi juga menjadi hal yang sering dipertimbangkan oleh calon pengunjung, Puncak Halimun Camp dikenal dengan pemandangan alam yang menarik, namun kondisi akses jalan dan kemudahan menjangkau lokasi menjadi faktor penting, khususnya bagi para wisatawan yang menggunakan kendaraan pribadi. Selain itu, perkembangan era digital menjadikan media sosial sebagai yang sangat berpengaruh. Puncak Halimun Camp aktif memanfaatkan media sosial Instagram untuk menampilkan visualisasi destinasi yang menarik. Konten viral di media sosial sering kali menjadi pemicu utama wisatawan dalam mengambil keputusan berkunjung.

Untuk memperoleh gambaran nyata mengenai kondisi kunjungan wisatawan di Puncak Halimun Camp, peneliti mengumpulkan data jumlah pengunjung secara langsung dari pengelola. Data yang diperoleh berupa rekap jumlah pengunjung tiap bulan sepanjang tahun 2025. Informasi ini dimanfaatkan sebagai dasar untuk mengamati fenomena fluktuasi kunjungan dalam situasi operasional yang normal.

Penyajian data kunjungan wisatawan tiap bulan tersebut dimaksudkan untuk memberikan ilustrasi awal mengenai dinamika jumlah wisatawan yang berkunjung. Dengan adanya gambaran ini, peneliti dapat mengidentifikasi indikasi faktor-faktor yang memengaruhi keputusan wisatawan dalam menentukan Puncak Halimun Camp sebagai tujuan wisata. Rincian jumlah pengunjung tersebut selanjutnya ditampilkan pada tabel 1.2 berikut.

Tabel 1.2 Jumlah Pengunjung Puncak Halimun Camp 2025

No	Bulan	Jumlah Pengunjung Wisatawan Puncak Halimun Camp
1	Januari	600 Wisatawan
2	Februari	300 Wisatawan
3	Maret	50 Wisatawan
4	April	900 Wisatawan
5	Mei	1.200 Wisatawan
6	Juni	750 Wisatawan
7	Juli	1.000 Wisatawan
8	Agustus	900 Wisatawan
9	September	800 Wisatawan
10	Oktober	1.100 Wisatawan
11	November	850 Wisatawan
12	Desember	830 Wisatawan

Sumber : Puncak Halimun Camp 2025

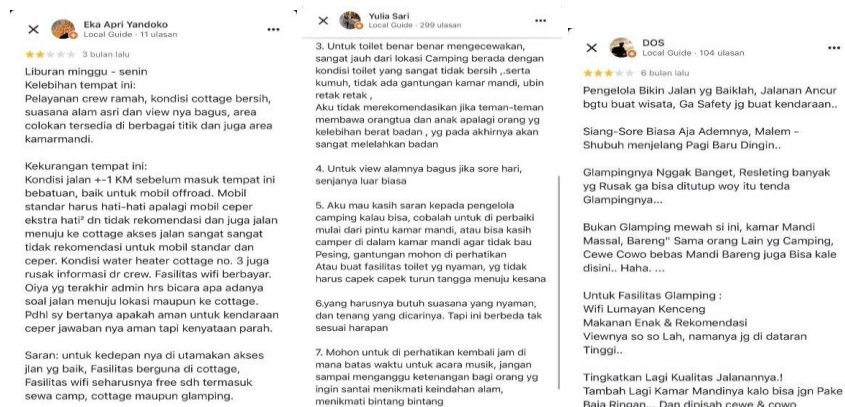
Berdasarkan data jumlah pengunjung selama tahun 2025 menunjukkan fluktuasi yang sangat signifikan setiap bulannya. Pada bulan Januari tercatat sebanyak 600 pengunjung, lalu mengalami penurunan pada Februari menjadi 300 pengunjung. terjadi peningkatan kunjungan yang sangat signifikan pada bulan April hingga mencapai 900 pengunjung, dan kembali meningkat pada Mei dengan jumlah tertinggi yaitu 1.200 pengunjung. Kondisi ini mengindikasikan adanya peningkatan minat kunjungan yang diduga dipengaruhi oleh momen libur panjang serta faktor-faktor lain.

Memasuki bulan Juni, jumlah pengunjung menurun menjadi 750 pengunjung, kemudian kembali naik pada Juli menjadi 1.000 pengunjung dan cenderung stabil pada Agustus dan September di kisaran 800–900 pengunjung. Situasi ini menunjukkan bahwa Puncak Halimun Camp tetap memiliki daya tarik yang relatif konsisten meskipun berada di luar masa liburan panjang (*high season*).

Kenaikan kembali terjadi pada bulan Oktober dengan jumlah 1.100 pengunjung, sebelum akhirnya mengalami sedikit penurunan pada November 850 pengunjung dan Desember dengan 830 pengunjung. Pola ini mengindikasikan bahwa terdapat beberapa faktor, seperti harga, kualitas pelayanan, lokasi, serta

pemanfaatan media sosial, yang berperan dalam memengaruhi keputusan pengunjung untuk memilih Puncak Halimun Camp sebagai destinasi wisata.

Langkah evaluasi ini juga berdasarkan hasil observasi awal terhadap ulasan digital (*google maps*) dari para pengunjung, adanya indikasi sejumlah kendala yang berpotensi memengaruhi keputusan wisatawan untuk kembali berkunjung maupun memberikan rekomendasi Puncak Halimun Camp. Beberapa pengunjung menyampaikan keluhan mengenai kondisi infrastruktur dasar yang kurang terawat dan terjaga kebersihannya, fasilitas umum yang lokasinya cukup jauh dari area perkemahan, suasana tenang yang seharusnya dirasakan oleh para wisatawan sering kali terganggu akibat peraturan waktu acara musik yang kurang tertib. Keluhan lain yang juga sering muncul mengenai akses jalan menuju lokasi yang cukup terjal dan menantang bagi kendaraan pengunjung. Sebagai bukti pendukung mengenai fenomena masalah di lapangan, berikut tersaji ulasan negatif pengunjung yang dikutip dari platform *Google Maps*.



Gambar 1.1 Ulasan Pengunjung Puncak Halimun Camp

Sumber : *Google Mapss*

Berdasarkan ulasan pengunjung pada platform *Google Maps*, tampak adanya kesenjangan yang cukup jelas antara daya tarik visual yang diberikan melalui media sosial dengan kenyataan kualitas pelayanan serta fasilitas yang disediakan di lapangan. Keluhan terkait fasilitas umum dan adanya gangguan kebisingan menunjukkan bahwa aspek pelayanan belum mampu mengimbangi kualitas suasana dan keindahan lokasi yang ditawarkan. Situasi ini mendorong pengelola untuk melakukan evaluasi terhadap berbagai aspek, seperti strategi

harga yang diterapkan, kualitas pelayanan, kemudahan akses lokasi dalam berbagai kondisi cuaca, serta efektivitas pemanfaatan media sosial dalam mempertahankan kestabilan jumlah wisatawan yang berkunjung. Melihat permasalahan tersebut menjadi alasan utama bagi penulis untuk melakukan penelitian dengan judul: **“Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Lokasi, dan Media Sosial terhadap Keputusan Memilih pada Puncak Halimun Camp.”**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang, dapat dipahami bahwa terdapat berbagai faktor yang saling berkaitan dalam memengaruhi keputusan calon pengunjung. Meskipun Puncak Halimun Camp memiliki potensi keindahan alam yang sangat menjanjikan, masih terdapat sejumlah tantangan mengenai harga, kualitas pelayanan, lokasi, dan media sosial. Oleh sebab itu, peneliti merangkum berbagai permasalahan yang muncul ke dalam identifikasi masalah sebagai berikut:

1. Harga: Puncak Halimun Camp bukan yang paling murah. Wisatawan memiliki banyak acuan pembandingan (*benchmark*) karena ada 16 kompetitor utama di kawasan Bogor. Misalnya, ada *Pasir Angin Camp Site* (Rp. 30.000 - Rp. 50.000) atau *Bumi Perkemahan Sukamantri* (Rp. 25.000 - Rp. 50.000) yang menawarkan harga lebih rendah. Hal ini membuat posisi Puncak Halimun sangat rentan jika tidak diimbangi dengan keunggulan lain.
2. Kualitas Pelayanan dan Fasilitas: Standar pelayanan yang diberikan oleh petugas dilapangan belum sepenuhnya konsisten, terutama saat jumlah kunjungan meningkat pada musim ramai (*peak season*), dan ketidakpuasan pengunjung terhadap kebersihan dan kelayakan beberapa fasilitas umum sehingga menyebabkan berkurangnya kenyamanan pengunjung yang berpotensi terhadap keputusan memilih atau merekomendasikan Puncak Halimun Camp sebagai tempat destinasi wisata.
3. Lokasi dan Aksesibilitas: Adanya kekecewaan pengunjung mengenai fasilitas umum yang tidak strategis (jauh dari area perkemahan), serta kondisi akses jalan menuju Puncak Halimun Camp yang menanjak dan cukup menantang bagi jenis kendaraan tertentu menjadi pertimbangan bagi wisatawan untuk

memilih Puncak Halimun Camp sebagai tempat wisata, meskipun lokasi tersebut memiliki daya tarik karena pemandangannya yang indah.

4. Pemanfaatan Media Sosial: Meskipun promosi melalui Instagram cukup aktif, terdapat beberapa perbedaan ekspektasi yang dibentuk melalui konten di media sosial dengan kondisi fasilitas yang sebenarnya di lapangan. Apabila tidak dikelola dengan baik, hal ini dapat memicu rasa kecewa pada pengunjung.
5. Terkait Keputusan Memilih: Tingginya persaingan destinasi sejenis di sekitar wilayah Bogor yang menawarkan fasilitas serupa, menyebabkan wisatawan lebih selektif dalam menentukan keputusan memilih destinasi.

1.3 Ruang Lingkup / Batasan Masalah

Mengingat luasnya ruang lingkup kajian pemasaran serta keterbatasan waktu, tenaga, dan biaya yang tersedia, penelitian ini dibatasi agar pembahasan lebih terarah dan mendalam. Adapun batasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Subjek (Responden): Penelitian ini hanya melibatkan individu yang pernah atau sedang berkunjung ke Puncak Halimun Camp serta melakukan transaksi (menginap/camping/sewa lahan).
2. Variabel Independen: Penelitian ini difokuskan pada empat variabel bebas, yaitu Harga (X_1), Kualitas Pelayanan (X_2), Lokasi (X_3), dan Media Sosial (X_4).
3. Variabel Dependen: Variabel terikat yang diteliti dibatasi pada Keputusan Memilih (Keputusan Pembelian) oleh pengunjung.
4. Objek dan Lokasi: Penelitian ini secara khusus dilaksanakan di Puncak Halimun Camp, Bogor, Jawa Barat.
5. Waktu: Penelitian ini dilaksanakan pada tahun 2026, sehingga data yang diperoleh mempresentasikan kondisi serta persepsi pengunjung pada periode tersebut.

1.4 Perumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah Harga berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Keputusan Memilih di Puncak Halimun Camp?

2. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Keputusan Memilih di Puncak Halimun Camp?
3. Apakah Lokasi berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Keputusan memilih di Puncak Halimun Camp?
4. Apakah Media Sosial berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Keputusan Memilih di Puncak Halimun Camp?
5. Apakah Harga, Kualitas Pelayanan, Lokasi, dan Media Sosial berpengaruh signifikan secara simultan terhadap Keputusan Memilih di Puncak Halimun Camp?

1.5 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.5.1 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk mengumpulkan, mengolah, serta menganalisis data yang berkaitan dengan variabel harga, kualitas pelayanan, lokasi, dan media sosial. Melalui penelitian ini, diharapkan dapat memperoleh pemahaman mengenai bagaimana keempat faktor tersebut saling berinteraksi dalam membentuk sebuah persepsi wisatawan sehingga akhirnya memutuskan untuk berkunjung ke Puncak Halimun Camp.

1.5.2 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah ditetapkan, tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Harga secara parsial terhadap Keputusan Memilih di Puncak Halimun Camp.
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Kualitas Pelayanan secara parsial terhadap Keputusan Memilih di Puncak Halimun Camp.
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Lokasi secara parsial terhadap Keputusan Memilih di Puncak Halimun Camp.
4. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Media Sosial secara parsial terhadap Keputusan Memilih di Puncak Halimun Camp.

5. Untuk menguji dan menganalisis Harga, Kualitas Pelayanan, Lokasi, dan Media Sosial secara simultan terhadap Keputusan Memilih di Puncak Halimun Camp.

1.6 Sistematika Penulisan

Agar memberikan gambaran yang terstruktur dan mudah untuk dipahami mengenai penelitian ini, maka penyusunan penelitian ini dilakukan dengan secara sistematis ke dalam lima bab, sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan latar belakang permasalahan terkait dengan pentingnya faktor harga, kualitas pelayanan, lokasi, dan media sosial di Puncak Halimun Camp. Selain itu, bab ini juga mencantumkan identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, maksud dan tujuan penelitian.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Bab ini memaparkan landasan teori yang relevan dengan variabel penelitian, meliputi teori Manajemen Pemasaran, Harga, Kualitas Pelayanan, Lokasi, Media Sosial, serta Keputusan Memilih. Di dalamnya juga disajikan penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, dan hipotesis penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menguraikan prosedur pelaksanaan penelitian yang mencakup desain penelitian, objek dan waktu penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data melalui kuesioner, definisi operasional variabel, serta teknik analisis data yang digunakan, seperti uji validitas, realibilitas, dan regresi linear berganda.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menyajikan hasil pengolahan data yang telah diperoleh. Uraian di dalamnya meliputi gambaran umum objek penelitian (Puncak Halimun Camp), karakteristik responden, hasil analisis statistik, dan pembahasan mengenai temuan penelitian mengenai pengaruh masing-masing variabel terhadap keputusan memilih.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab terakhir ini berisi kesimpulan dari keseluruhan hasil penelitian dan saran yang ditujukan kepada pengelola Puncak Halimun Camp dan peneliti selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

Berisi tentang berbagai buku, jurnal, rujukan yang secara sah digunakan dalam Menyusun penelitian ini.

LAMPIRAN

Berisi tentang angket yang digunakan dalam penelitian untuk mengumpulkan data.